

Pemanfaatan Web Profil sebagai Media Informasi pada UMKM Toko Busana YUKI 2

Elistya Rimawati¹, Ari Wibowo*², Suryanti Galuh P³, Adi Sanjaya Putra⁴

¹ Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Tiga Serangkai University, Surakarta, Indonesia

² Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Vokasi, Tiga Serangkai University, Surakarta, Indonesia

³ Program Studi Teknologi Informasi, Sekolah Vokasi, Tiga Serangkai University, Surakarta, Indonesia

⁴ Program Studi Informatika, Fakultas Teknik, Tiga Serangkai University, Surakarta, Indonesia

*Corresponding Author: ariwibowo@tsu.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history: Received : 25 July 2025 Revised : 30 July 2025 Accepted : 1 August 2025 Available online: 04 August 2025 E-ISSN: 3063-1289	<i>The YUKI 2 Clothing Store is a small and medium-sized enterprise (UMKM) specializing in the sale of clothing and household goods, including shirts, pants, shoes, bags, and more. To expand its marketing reach, the YUKI 2 Clothing Store needs to utilize the internet. The purpose of this community service activity is to assist the YUKI 2 Clothing Store in expanding its marketing reach by utilizing Web Information. Data collection methods include observation, interviews, and literature review. The web information contains featured products, new products, the UMKM's address, telephone number, and an admin login page. The creation of this web profile is expected to assist the marketing of the YUKI 2 Clothing Store products in the current digital era. The use of a Web Profile makes the YUKI 2 Clothing Store products more easily recognized by the wider public without the constraints of distance and time, thereby increasing sales.</i> <i>Keywords: YUKI 2 Clothing Store, Marketing, Web Profile</i>

1. Pendahuluan

Toko Busana YUKI 2 yang berlokasi di Jalan Sutawijaya, Desa Majasto RT 02 RW 04, Kec.Tawangsari, Kab.Sukoharjo merupakan UMKM yang bergerak pada bidang jual beli busana dan kebutuhan sekolah maupun rumah tangga yang meliputi baju, celana, tas, pakaian dalam, sepatu, sandal, aksesoris, dan lain-lain. Toko Busana YUKI 2 sudah berjalan cukup lama dalam bidang bisnis busana dan Toko Busana YUKI 2 adalah pengembangan toko dari Toko Busana YUKI 1.

Penjualan Toko Busana YUKI 2 masih menggunakan metode offline ataupun menggunakan ajakan customer yang datang secara langsung ke toko yang dirasa masih kurang dalam melakukan pemasaran produk kepada customer dikarenakan ketidaktahuan dari masyarakat pada umumnya yang tidak mengetahui produk apa saja yang tersedia serta keberadaan lokasi toko yang akan dikunjungi.

Toko Busana Yuki 2 harus lebih mengenalkan diri kepada khalayak umum dengan jangkauan yang luas, untuk itu diperlukan sebuah informasi yang mudah diakses serta produk apa saja yang ditawarkan. Pembuatan Web Profil UMKM Toko Busana YUKI 2 yang akan menjadi media informasi toko yang akan berguna bagi khalayak secara umum.

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat Tiga Serangkai University membantu pihak Toko Busana YUKI 2 untuk promosi dan pemasaran, dengan membuat web informasi yang dapat diakses oleh seluruh masyarakat sehingga informasi dari UMKM ini tidak lagi terbatas tempat dan waktu. Web sebagai salah satu aplikasi dengan beragam dokumen multimedia (teks, gambar, animasi, video) di dalamnya yang menggunakan protokol HTTP (Hypertext Transfer Protocol) dan untuk mengaksesnya menggunakan perangkat lunak yang disebut browser (Arief, 2011). Web profil ini memperlihatkan profil dan produk Toko Busana YUKI 2. Web Profil ini penting karena mengingat bisnis dimasa digital sekarang ini sudah diterapkan oleh semua pebisnis. Dengan teknologi pemasaran yang kami berikan diharapkan UMKM Toko Busana YUKI 2 akan mampu bersaing dan dapat berkembang menjadi lebih besar lagi.

2. Metode dan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendekatan sosial. Pendekatan sosial dilakukan dengan melibatkan kelompok sasaran sebagai subyek kegiatan, tidak hanya sekedar objek kegiatan. Pendekatan sosial dilakukan dengan melibatkan kelompok sasaran dalam proses persiapan untuk menumbuhkan kesadaran bahwa mereka mempunyai masalah seperti yang dirumuskan dan perlu dilakukan pemecahan masalah. Pendekatan sosial ini juga diperlukan untuk memberi jaminan kelancaran pelaksanaan kegiatan. Secara garis besar kegiatan pelaksanaan dilakukan dalam 3 tahap yaitu : Persiapan, Pelaksanaan, dan Evaluasi Pelaporan.

2.1. Persiapan Kegiatan

Tahap ini dilakukan untuk menentukan khalayak sasaran dan bidang permasalahan yang akan diselesaikan. Pada tahap ini dilakukan survey ke UMKM Toko Busana YUKI 2 yang beralamat di Jalan Sutawijaya, Desa Majasto RT 02 RW 04, Kec.Tawang Sari, Kab.Sukoharjo untuk melihat langsung kondisi Toko. Disamping survey juga dilakukan wawancara kepada kepala pemilik dan karyawan mengenai kebutuhan UMKM Toko Busana YUKI 2, khususnya yang berkaitan bidang ilmu teknologi informasi dalam mendukung Pelaksana Pengabdian pada Masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis situasi dan kebutuhan dilakukan identifikasi dan perumusan masalah-masalah khusus yang dihadapi oleh UMKM Toko Busana YUKI 2 khususnya pemilik mempunyai kendala dalam promosi produk dan pengembangan usaha. Selanjutnya ditentukan kondisi baru yang akan dicapai/dihasilkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kondisi baru adalah jawaban dari masalah yang telah dirumuskan. Masalah yang sudah diidentifikasi perlu dipecahkan dan sekaligus mencapai tujuan (kondisi baru) yang telah ditetapkan Pemecahan masalah yang dipilih adalah membantu membuat sarana promosi mudah diakses dan mudah diterima masyarakat dengan jangkauan yang luas yaitu dengan membuat web.

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Langkah langkah pembuatan web sebagai berikut :

1. Merancang Konsep
Langkah awal dalam membuat *web* dengan wordpress ini adalah membuat rancangan konsep atau *draft* yang menarik perhatian pengguna (*user*).
2. Mengumpulkan Data
Mengumpulkan data yang akan diperlukan dalam pembuatan aplikasi.
3. Persiapan *Hardware* dan *Software*
Mempersiapkan *hardware* dan *software* yang diperlukan dalam pembuatan *web*.
4. Pembuatan Aplikasi
Membuat aplikasi dan mengintegrasikan semua elemen-elemen yang dibutuhkan seperti gambar dan teks sehingga menghasilkan *web* yang menarik.
5. Pengecekan
Percobaan dari hasil pembuatan aplikasi dan mengoreksinya.
6. Perbaikan
Memperbaiki kesalahan sesuai dari hasil koreksi. Ketika perbaikan selesai, maka dilakukan percobaan lagi.
7. Penyelesaian
Proses yang terakhir adalah penyelesaian(*finishing*)
8. Pendampingan
Pendampingan dilakukan sebagai tindak lanjut pembuatan web sehingga operator atau Administasi dapat mengelola web sebagai sarana informasi yang efektif dan efisien. Seperti memberikan informasi produk-produk baru, serta persediaan barang

2.3. Evaluasi Kegiatan dan Pelaporan

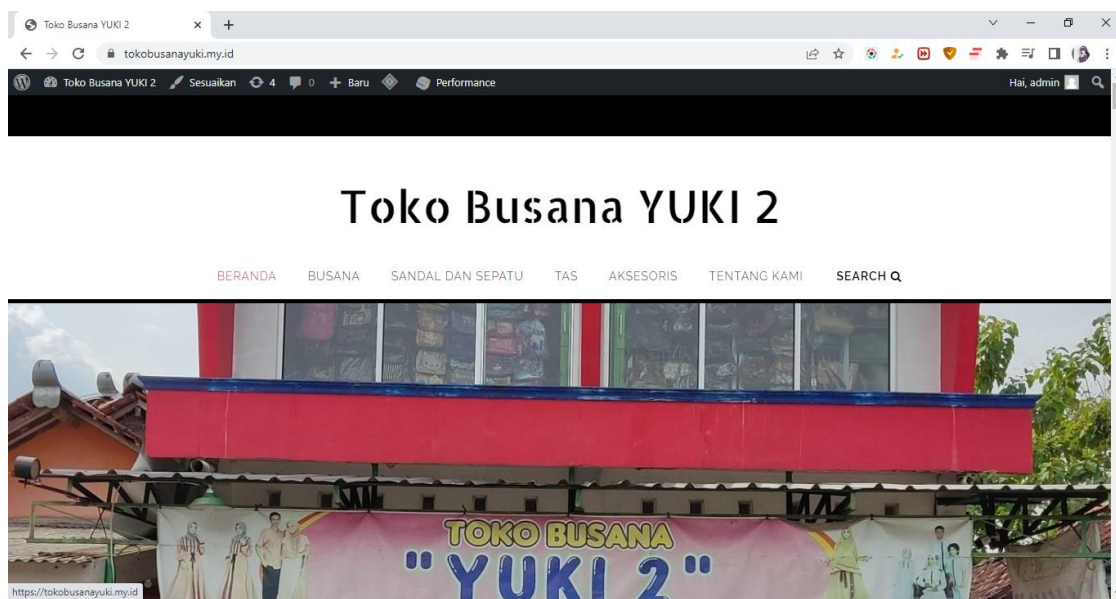
Pada setiap tahap dilakukan evaluasi sehingga timbul keyakinan bahwa segala sesuatu yang telah diputuskan adalah benar, dan dapat melangkah ke tahap berikutnya dengan aman. Apabila hasil evaluasi menunjukkan kekurangan atau kelemahan maka dilakukan penyempurnaan atau penyesuaian. Pada akhir

kegiatan dilakukan analisa terhadap ketercapaian tujuan dan dampak dari keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat terhadap khalayak sasaran. Evaluasi juga dilakukan terhadap seluruh pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya dilakukan penyusunan Laporan. Sebagai bentuk pertanggung jawaban pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

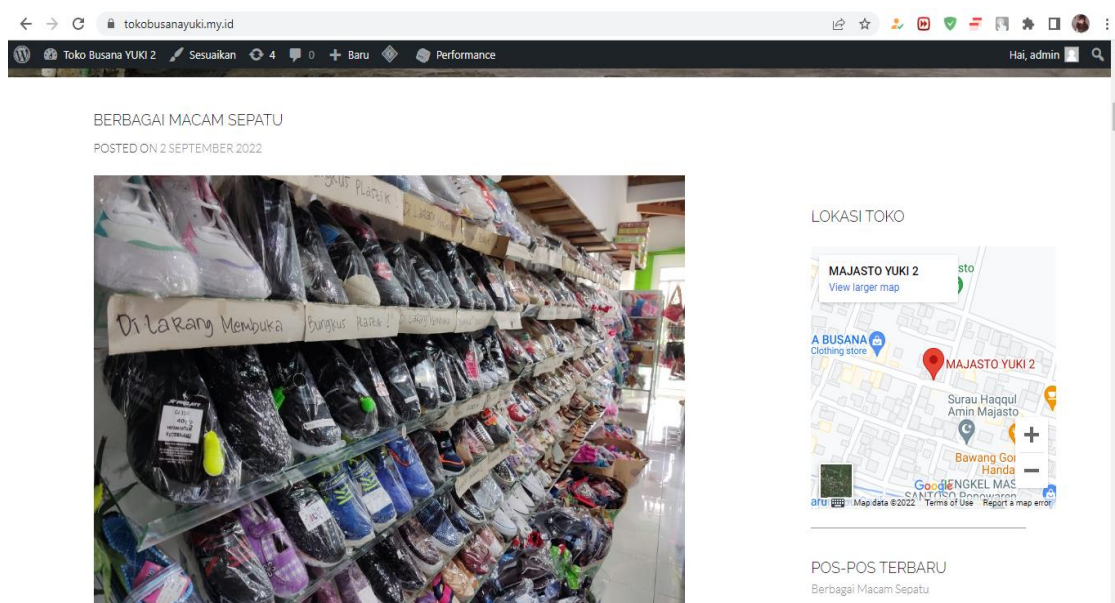
3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat peningkatan kualitas media pemasaran UMKM Toko Busana YUKI 2 sudah terlaksana. UMKM Toko Busana YUKI 2 dapat meningkatkan jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi yaitu dengan web profil. Informasi produk UMKM Toko Busana YUKI 2 dapat diperoleh dengan adanya web ini, maka admin dapat menambahkan informasi produknya sehingga mempermudah pemasaran.

Berikut ini adalah tampilan dari web profile UMKM Toko Busana YUKI 2 pada mode desktop berisi mengenai semua produk yang sudah diterbitkan mulai dari kategori busana, sandal dan sepatu, tas, aksesoris, dan tentang kami.



Gambar 1 Tampilan Menu Beranda Mode Desktop



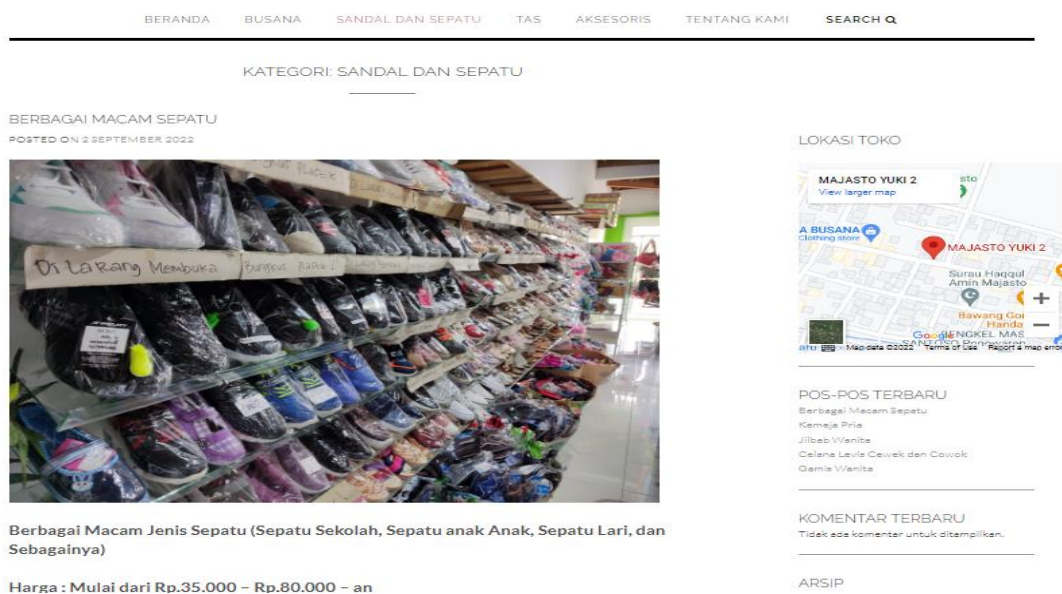
Gambar 2 Tampilan Menu Beranda Mode Desktop

Selanjutnya pada menu busana, pada menu ini web akan menampilkan postingan yang sudah dibuat dengan kategori busana seperti gambar berikut :



Gambar 3 Tampilan Menu Busana Mode Desktop

Selanjutnya masuk pada menu sandal dan sepatu, pada menu ini web akan menampilkan postingan yang sudah dibuat dengan kategori sandal dan sepatu seperti gambar berikut :



Gambar 4 Tampilan Menu Sandal dan Sepatu Mode Desktop

Masuk menu selanjutnya pada menu tas, pada menu ini web akan menampilkan postingan yang sudah dibuat dengan kategori tas seperti gambar berikut :



Gambar 5 Tampilan Menu Tas Mode Desktop

Masuk menu selanjutnya pada menu aksesoris, pada menu ini web akan menampilkan postingan yang sudah dibuat dengan kategori aksesoris seperti gambar berikut :



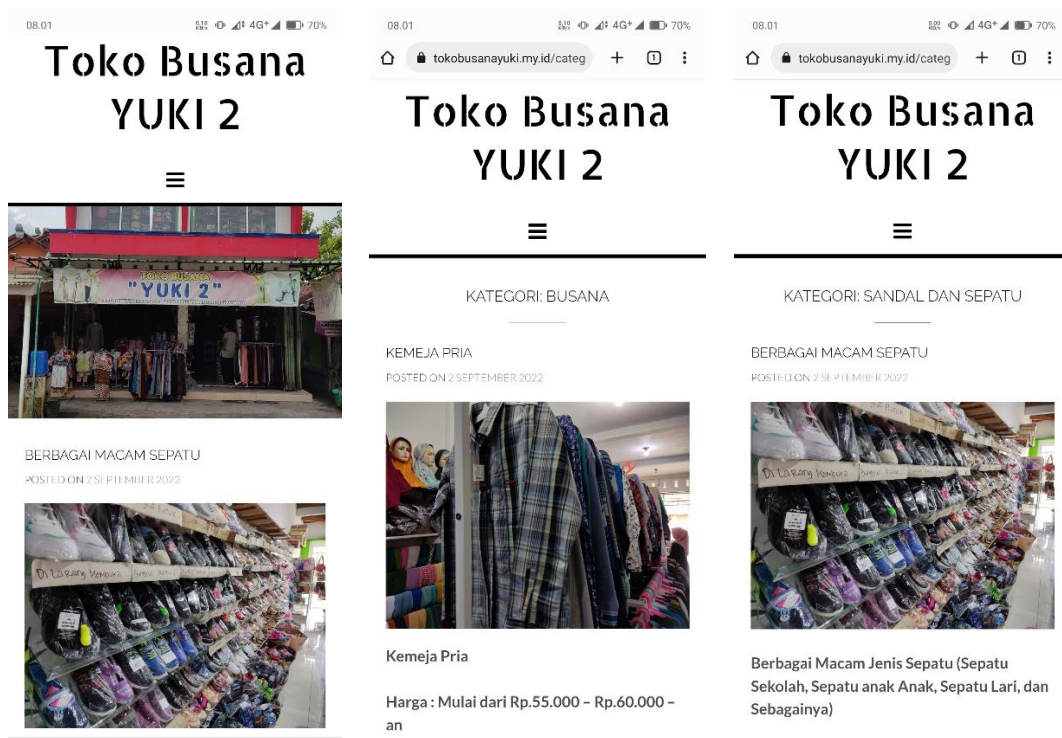
Gambar 6 Tampilan Menu Aksesoris Mode Desktop

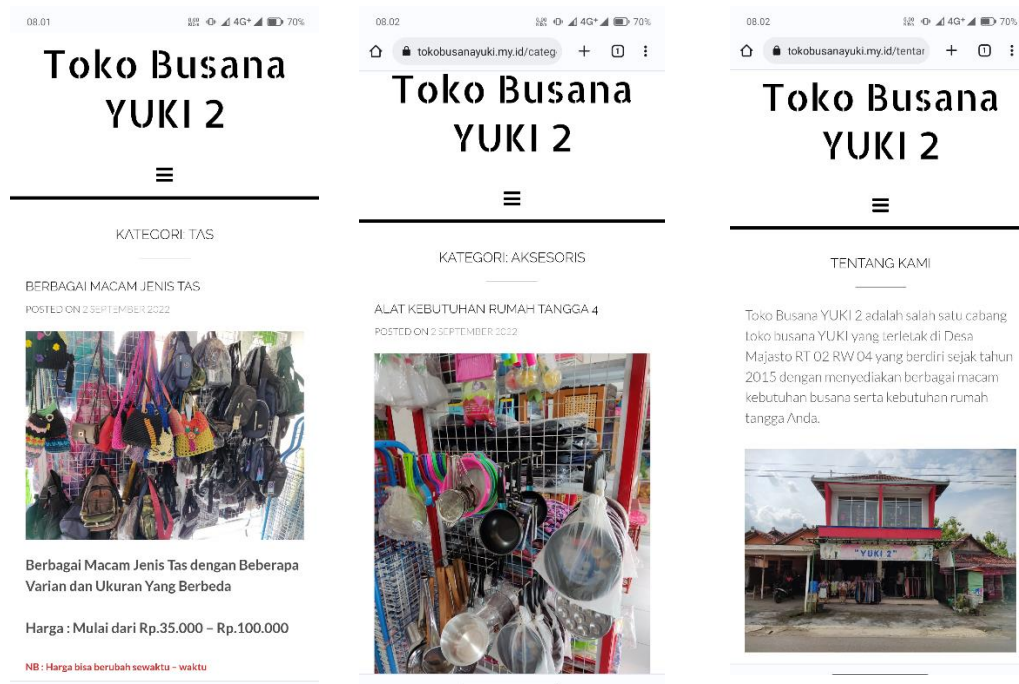
Masuk menu selanjutnya kita coba pada menu tentang kami, pada menu ini web akan menampilkan profil singkat dari Toko Busana YUKI 2 seperti gambar berikut :



Gambar 6 Tampilan Menu Tentang Kami Mode Desktop

Dengan Menggunakan Mode Mobile yang bisa diakses masyarakat umum menggunakan ponsel ataupun tablet. Untuk tampilan mobile akan tampak seperti berikut :





Gambar 7 Tampilan Web Toko Busana YUKI 2 Mode Mobile

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim dari Tiga Serangkai University berhasil menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Toko Busana YUKI 2, yaitu keterbatasan dalam promosi dan penyebaran informasi produk. Melalui pengembangan **web profil** berbasis internet, UMKM mampu memperluas jangkauan pemasaran tanpa batasan ruang dan waktu. Web ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses informasi mengenai produk, kategori barang, dan profil usaha. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi informasi ini terbukti mendukung transformasi digital UMKM dan meningkatkan daya saingnya di era digital saat ini.

Saran

UMKM Toko Busana YUKI 2 disarankan untuk secara rutin memperbarui konten web, menambahkan deskripsi produk yang menarik, kualitas gambar yang baik, serta menyertakan informasi harga dan ketersediaan barang. Untuk memperluas jangkauan promosi, web profil sebaiknya diintegrasikan dengan platform e-commerce (seperti Tokopedia, Shopee) dan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) agar interaksi dengan pelanggan semakin mudah dan cepat.

Daftar Pustaka

- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi digital marketing sebagai strategi dalam meningkatkan pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural*, 77–88.
- Lubis, D. S. (2023). Membangun Company Profile CV. Muda Kopi Indonesia Sebagai Media Pemasaran Berbasis Web Dengan Bootstrap. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2074–2081.
- Ramdan, A., & Haryanto, K. (2024). Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Pemasaran PT Dinamika Sukma Mulia. *JR: Jurnal Responsive*, 8(01), 62–70.
- Roziqin, A. K., Arianto, W., & Saprudin, S. (2023). Perancangan Company Profile Berbasis Web sebagai Sarana Pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. *Journal of Research and Publication Innovation*, 1(2), 384–394.
- Sasongko, D., Yuliatwati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 7(1), 68–73.